

# FORMA A PROCES – DILEMA SOCIÁLNEHO PODNIKU A SOCIÁLNEHO PODNIKANIA<sup>1</sup>

## THE FORM AND THE PROCESS – SOCIAL ENTREPRENEURSHIP VS. SOCIAL ENTERPRISE DILEMMA

*Gabriela Lubelcová*

*Katedra sociológie, Filozofická fakulta UK Bratislava*

### **Anotácia**

Sociálne podnikanie ako inovatívna forma podnikateľských aktivít s pridanou sociálnou hodnotou. Sociálny podnik ako (spravidla právne definovaná) forma sociálneho podnikania. Formy sociálnych podnikov v medzinárodnej perspektíve. Prednosti a limity etablovania sociálneho podnikania v procesuálnej a formálnej dimenzii. Predpoklady efektívneho sociálneho podnikania. Právny rámec sociálnych podnikov na Slovensku ako nástroja aktívnej politiky zamestnanosti – prínos a problémy.

**Kľúčové slová:** sociálne podnikanie, sociálny podnik, sociálne podniky pracovnej integrácie

### **Abstract:**

Social Entrepreneurship is a new form of Entrepreneur Activities with Added Social Value. Social Enterprise is a form of Social Entrepreneurship (usually defined by law). Advantages and limits of establishing of Social Entrepreneurship as a Process and as a Form. Assumptions of an effective Social Entrepreneurship. Legal frame of Social Enterprises in the Slovak Republic as a tool of active employment policy – contribution and problems.

**Key words:** Social Entrepreneurship, Social Enterprise, Work Integration Social Enterprises

### **Úvod**

Sociálna ekonomika ako oblasť nových podnikateľských iniciatív sa vyznačuje svojou cieľovou orientáciou na riešenie sociálnych potrieb, pričom využíva podnikateľské prístupy, aby dosahovanie týchto sociálnych cieľov urobila efektívnejším a udržateľnejším. Pojem sociálna ekonomika označuje súhrne túto novú oblasť sociálnych inovácií, založenú na prepájaní podnikateľských

---

<sup>1</sup> Príspevok bol spracovaný v rámci realizácie projektu Centra excelentnosti UK „Globálne a lokálne procesy na Slovensku: rozvoj spoločenských inovácií v podmienkach internacionalizácie Európskej únie“ (číslo projektu ITMS 26240120017), na základe podpory operačného programu Výskum a vývoj financovaného z Európskeho fondu regionálneho rozvoja.

prístupov pri realizácii sociálnych cieľov. Označuje sa ako tretí pilier ekonomiky, formujúci sa na rozhraní trhovej a verejnej ekonomiky (Korimová, G., 2007).

Vo svojom príspevku by som sa chcela venovať procesu etablovania týchto podnikateľských iniciatív, ktoré mali odlišnú orientáciu v americkom a európskom kontexte. Jednou z kľúčových odlišností je orientácia na proces (podnikanie) a organizačnú formu (sociálny podnik) a jej implikácie pre úspešnú aplikáciu iniciatív v spoločensko-ekonomickom priestore. Tieto skúsenosti môžu byť inšpiratívne pre rozvoj sociálneho podnikania v stredoeurópskych krajinách, ktorých podmienky pre rozvoj sociálneho podnikania sú odlišné ako v podmienkach etablovanej trhovej ekonomiky.

## **Európska a americká cesta sociálneho podnikania**

Európsky kontext formovania sociálneho podnikania rámcovoval spoločenský vývoj v 70. a 80. rokoch, najmä rast štrukturálnej nezamestnanosti, deficit verejných financií a limity tradičných nástrojov sociálnej politiky vysporiadať sa so sociálnou exklúziou ohrozených kategórií. Podhubie pre formovanie sociálneho podnikania súčasne vytvárala dlhodobá tradícia spolupráce medzi štátom a dobrovoľníckym (občianskym) sektorom v poskytovaní sociálnych služieb, vývoj programov sekundárneho trhu práce a medzitrhu práce, implementácia prvkov podnikateľstva do činnosti organizácií tretieho sektora. Tento všeobecný spoločenský kontext mal ale odlišné modifikácie v rámci iniciatív sociálnej ekonomiky (Defourny, J., In: Social Enterprise. At the Crossroads of Market, Public Policies and Civil Society. 2006).

Vo Veľkej Británii stimuloval vývoj sociálnej ekonomiky neoliberalný kontext politickej reprezentácie uvedeného obdobia. Do sociálno-ekonomickej oblasti priniesol rast „kvázi trhovej“ logiky (v oblasti sociálnych služieb - rast konkurencie, možnosť voľby klienta, privátne sociálne služby, a pod.). V severských krajinách sa občianske združenia tradične viac orientovali na oblasť kultúrnych a voľno časových služieb, nakoľko v oblasti poskytovania sociálnych služieb mal silnú tradíciu štát. Od 80. rokov sa tretí sektor (združenia, družstvá) omnoho viac začali orientovať na poskytovanie sociálnych služieb (najmä na pomoc rodine a starostlivosti o deti).

V krajinách európskeho juhu bola silná tradícia rodiny ako kľúčového aktéra sociálnej starostlivosti, v prepojení s pôsobením cirkvi a jej charitatívnych organizácií – štát mal v poskytovaní sociálnych služieb slabú pozíciu. Špecifickú skúsenosť prinieslo Taliansko, kde sa od konca 80. rokov dynamicky rozvíjali nové iniciatívy sociálneho podnikania na pozadí silnej tradície družstevného hnutia. To vyústilo v roku 1991 do právnej úpravy sociálnych družstiev (dva základné typy sociálnych družstiev).

V USA začiatky sociálneho podnikania formoval taktiež neoliberalný kontext, ktorý stimuloval vnášanie podnikateľských princípov a ducha do neziskového sektora. Tento rozmer sa etabloval najmä vo vzdelávacích programoch manažérskych škôl orientovaných na tretí sektor (public good entrepreneur school). Diskusiu o sociálnom podnikaní v USA rozprúdili

vzdelávacie inštitúcie v oblasti podnikania a manažmentu (najmä iniciatívy Harvard Business School v roku 1993). Najvplyvnejšie sa stali dve myšlienkové školy:

- „Enterprising Non Profit School,, (Boschee, Emerson, Twersky) – zameraná na posilnenie pridanej hodnoty (zisku) a podnikateľských metód v neziskových organizáciách
- „Public Good Entrepreneur School“ (Dees 1998) – zameraná na vovádzanie sociálnych inovácií prostredníctvom sociálneho podnikania – od roku 2006 nazývaná „Social Innovation School“ (Dees, Anderson) (Defourny, J., tamtiež, 2006).

Spoločnými prvkami je teda orientácia na tretí sektor a jeho spôsobilosť, na základe inovatívnych, podnikateľské prvky aplikujúcich prístupov, reagovať na nové podoby sociálnych potrieb a problémov, ktoré nemôže efektívne riešiť ani trh ani štát. Rozdiely sú vo formách a rozsahu podpory z verejných zdrojov. Americké iniciatívy v sociálnom podnikaní sú viacej prepojené na súkromné a trhové zdroje, zatiaľ čo európske sú viacej spojené s podporou z verejného sektora (silný podiel programov sekundárneho trhu práce a medzitrhu práce). Odlišnosť je aj v nositeľoch iniciatív – v USA sú to schopní, aktívni a podnikateľskými zručnosťami vybavení jednotlivci, zatiaľ čo v EÚ sú nositeľmi kolektívni aktéri (organizácie tretieho sektora). Americké prístupy viacej vychádzajú z podnikateľských iniciatív, v európskom priestore je výraznejšie ukotvenie sociálneho podnikania do rámca verejných politík. V americkom prostredí sa zdôrazňuje inovatívny rozmer podnikania, v európskom priestore sa skôr identifikujú vhodné (alebo využívané) organizačné formy sociálneho podnikania.

Tieto odlišnosti reflektujú kľúčové pojmy, ktoré sa v oblasti sociálnej ekonomiky používajú. Sú to pojmy: sociálny podnikateľ, sociálne podnikanie a sociálny podnik. Podľa J.Defournyho a M. Nyssens možno na základe analýzy uplatňovaných prístupov a praktík špecifikovať uvedené pojmy nasledovne:

- Termín „sociálny podnikateľ“ je spojený s iniciatívami založenými americkými manažérskymi a bussines školami v polovici 90.rokov, ktoré sa pokúšali o identifikáciu a podporu nových individuálnych podnikateľských aktivít orientovaných na riešenie sociálnych problémov. Naproti tomu v Európe sa zdôrazňovala kolektívna povaha sociálneho podnikania, založená na aktivitách organizácií tretieho sektora a družstevných foriem.
- 
- Termín „sociálne podnikanie“ sa konceptualizoval v druhej polovici 90.rokov a zahŕňal široké spektrum iniciatív od dobrovoľníckych aktivít po sociálnu zodpovednosť podnikov. Zatiaľ čo v americkom prostredí sa zdôrazňovalo prelínanie foriem a vytváranie novej pridanej hodnoty sociálneho podnikania (popri zisku špecifické sociálne prínosy), v európskom prostredí sa sociálne podnikanie výrazne spájalo s tretím sektorom (dôraz na jeho charakteristiku ako súkromného a neziskového sektoru) a jeho organizačné formy.
- Koncept „sociálneho podniku“ ako organizačného aktéra sociálneho podnikania sa ako prvý zjavil v Európe (predovšetkým v Taliansku, kde

bol prvý krát uzákonený, a to vo forme sociálneho družstva), kde nadobudol aj konkrétne podoby právnych úprav. Vystupuje ako hybridná forma medzi trhovou ekonomikou, verejnými politikami a občianskou spoločnosťou.

(Defourny, J., Nyssens, M., 2008).

Zakotvenosť sociálneho podnikania v organizáciách tretieho sektora v európskom priestore a variabilita jeho foriem ovplyvnená špecifickými podobami týchto organizácií tretieho sektora v jednotlivých európskych krajinách viedli k tomu, že výskumné aktivity sa zameriavali najmä na identifikáciu týchto organizačných foriem so snahou odhaliť spoločné znaky, ktoré by mohli fungovať ako definičné kritériá pre vymedzenie sociálneho podniku.

Významným nositeľom týchto výskumných aktivít sa stala európska výskumná sieť EMES, založená v roku 1996 na preskúmanie nárastu sociálnych podnikov v Európe. Koncepcia sociálneho podniku EMES vychádza z jeho chápania ako nového fenoménu, zakotveného v historickom kontexte. Na základe komparácie a analýzy definuje sociálne podniky ako organizácie s explicitným cieľom podpory komunity, iniciované skupinou občanov, prinášajúci socio ekonomickú aktivitu, v ktorých je materiálny záujem zisku obmedzený. Definícia sa snaží vystihnúť podstatu sociálneho podnikania, pričom ide o ideálny typ, ktorý má v realite rozsiahle množstvo konkrétnych foriem (Defourny, J., Nyssens, M., in: Social Enterprise. At the Crossroads of Market, Public Policies and Civil Society. 2006).

Sociálna misia sociálnych podnikov je veľmi často spojená s tvorbou pracovných príležitostí pre na trhu práce znevýhodnené kategórie obyvateľstva. Jedným z frekventovaných foriem sociálnych podnikov sa preto stali sociálne podniky pracovnej integrácie. V európskom priestore sa dostali označenie Work Integration Social Enterprises (WISEs). Podľa správy európskej siete pre výskum sociálnej ekonomiky EMES sa uplatňujú štyri hlavné modely WISEs:

- prechodné zamestnania:  
Ich cieľom je poskytnúť pracovnú skúsenosť a nadobudnutie pracovných zručností cieľovým skupinám so zhoršenou zamestnateľnosťou a zlepšiť tak ich spôsobilosť uplatniť sa na otvorenom trhu práce. Ide spravidla o dočasné zamestnania, v ktorých je práca spojená so zaškolením, tréningom a rekvalifikáciou, ktoré umožnia zlepšiť ich osobné, sociálne a profesiové kompetencie, ktoré zvýšia ich zamestnateľnosť. Označujú sa aj ako inštitúcie medzitrhu práce a predpokladajú, že po určitom čase sa zamestnanci presunú na otvorený trh práce.
- postupné vytváranie stálych samofinancovaných zamestnaní:  
Sociálne podniky tohto typu vytvárajú stabilné a ekonomicky udržateľné pracovné príležitosti v strednodobom horizonte pre znevýhodnených uchádzačov o prácu. V počiatkovej etape sú podporované z verejných zdrojov na vyrovnanie zníženej produktivity práce cieľových skupín. Tieto podporné finančné zdroje sú ale dočasné a predpokladajú, že po určitom čase budú tieto podniky a ich zamestnanci spôsobilí fungovať zo svojich vlastných, predovšetkým podnikateľských zdrojov.

- pracovná integrácia so stálou podporou z verejných zdrojov: Sú určené pre cieľové skupiny ľudí, u ktorých nemôžeme predpokladať výrazné zlepšenie pracovného výkonu pre zdravotný, mentálny alebo sociálny hendikep. Sociálne podniky tohto typu vytvárajú chránené pracoviská, so stabilnou podporou z verejných zdrojov. Pracovné zaradenie tu plní funkciu pracovnej rehabilitácie, zvyšovania kvality života a sociálneho začlenenia a len v obmedzenom rozsahu predpokladá následné uplatnenie na otvorenom trhu práce.
- socializácia prostredníctvom produktívnej činnosti: Cieľom tohto typu sociálnych podnikov nie je dominantne pracovná integrácia na otvorenom trhu práce, ale (re)socializácia cieľových skupín prostredníctvom sociálnych kontaktov, učenia sa rešpektovať pravidlá, sociálne normy a primerane štrukturovať spôsob života. Cieľovými skupinami sú ľudia so závažnými sociálnymi problémami, sociálne ťažko prispôsobiví, drogový závislí, ľudia po výkone trestu, a pod. Nejde o pracovný či zamestnanecký status v pravom slova zmysle, pracovné aktivity tu majú spravidla poloformálny charakter, ide skôr o resocializáciu prácou.

(Defourny, J., Nyssens, M., 2008)

### **Sociálna pridaná hodnota a inovatívnosť sociálneho podnikania**

V anglosaskom prostredí je záujem orientovaný najmä podnikateľský prínos a inovatívnosť sociálnych podnikateľov. Inšpiráciou pre Európu je najmä adaptácia prístupu sociálnych inovácií - zameranie na identifikáciu príležitostí inovatívnym a podnikateľským spôsobom odpovedať na sociálne potreby, ktoré nie sú uspokojované ani prostredníctvom trhu, ani prostredníctvom štátu. Sociálne podnikanie sa stáva priesečníkom verejných politík a súkromného, na zisk orientovaného sektoru.

Podnikanie je činnosť, ktorá sa všeobecne orientuje na vytváranie hodnoty, ktorá nielen reprodukuje investované vklady, ale prináša aj zisk. Pridaná hodnota je kľúčovou motiváciou pre podnikateľské subjekty. V komerčnej sfére sa pridaná hodnota orientuje na finančný zisk, ktorý je tradičným a rozhodujúcim ukazovateľom prínosu pre podnikateľa. Sociálne podnikanie sa orientuje na iný rozmer pridanej hodnoty podnikania, a tou je sociálna hodnota. Jej špecifikácia však nie je jednoduchá a jednoznačná. Rozvíjajú sa nové prístupy k identifikácii sociálnej pridanej hodnoty a sociálnej návratnosti investícií, ktoré využívajú evaluačné prístupy, využívajúce nové metodologické prístupy (balanced scorecards, sociálne audity, benchmarking, cost-benefit analýzy, zákaznícky a na klienta orientovaný analýzy verejného sektora, apod.), ako aj metodológie, zahŕňajúce širšiu škálu ukazovateľov, dotýkajúcich sa kvality života, ľudského rozvoja a ekologických súvislostí podnikania.

R.Youngová pokladá z perspektívy sociálneho podnikania za dôležité 5 nasledovných kľúčových charakteristík hodnoty:

1. hodnota je subjektívna, je záležitosťou ľudskej životnej skúsenosti a diferencovaných sociálnych potrieb ľudí

2. sociálna hodnota je výsledkom negociácie medzi zainteresovanými subjektami (najmä v podmienkach sociálnych partnerstiev aktérov sociálnej ekonomiky)
3. sociálna hodnota je otvorená prehodnoteniu, v procese podnikania sa môže meniť
4. sociálna hodnota spája dohromady často nesúrodé prvky, ktoré nie je možné agregovať do jednoduchej matice (napr. problém hodnoty sociálnej rovnosti, udržateľnosti pre budúce generácie, a pod.)
5. sociálne hodnoty sú ťažko oddeliteľné od sociálnej aktivity, cez ktorú sa realizujú, zapojenosť do aktivít je často sama o sebe hodnotou (hodnota sociálneho uznania a začleňovania, a pod.)

Za kľúčové dimenzie sociálnej hodnoty v súvislosti so sociálnym podnikaním uvedená autorka zdôrazňuje:

1. Pridaná sociálna hodnota. Pre sociálne podnikanie je charakteristické, že táto dimenzia nie je iba výsledným produktom, ale spravidla prechádza všetkými aktivitami sociálneho podnikania. Pridaná sociálna hodnota znamená, že sociálny efekt a benefit z podnikania sú vyššie ako podnikateľské aktivity v iných formách, ktoré pracujú s porovnateľnými zdrojmi. Pridanú sociálnu hodnotu sa často postavená na originálnej kombinácii diferencovaných zdrojov (personálne, rodinné, komunitné zdroje, trhové a vládne nástroje, a pod.)
2. Zmocnenie (empowerment) a sociálna zmena. Vzťahuje sa na aktérov zapojených do sociálneho podnikania, ktorými sú často znevýhodnené sociálne kategórie. Sociálna hodnota spočíva v posilnení ich spôsobilosti individuálnej a kolektívnej sebarealizácie (empowerment) a potenciálu pre sociálnu zmenu.
3. Sociálna inovácia. Mnohé zo sociálnych podnikov sú výrazne inovatívnymi iniciatívami, iné menej. Inovácia v sociálnom podnikaní vytvára sociálnu hodnotu, ak umožňuje dosiahnuť ľuďom viac z obmedzenými prostriedkami alebo rieši problémy ktoré, boli doteraz neriešiteľné. Inovácia často spočíva v použití už jestvujúcich prvkov a postupov, avšak v inej kombinácii alebo iným spôsobom. Sociálna hodnota inovácie spočíva v dôsledkoch použitia týchto prvkov, v ich multiplikačných efektoch. Pre ohodnotenie tejto sociálnej hodnoty je rozhodujúci kontext, v ktorom sa riešenie použije.
4. Systémová zmena. Najvýraznejšia sociálna hodnota je so sociálnym podnikaním spojená v prípade, ak prinesie systémovú zmenu v spoločenských reáliách a životných šanciach ľudí, najmä ohrozených kategórií.

(Young, R., 2008, s.57-58).

Orientácia na inováciu ako kľúčové definičné kritérium sociálneho podnikania profiluje prístup a poňatie sociálneho podnikania centra pre sociálne podnikanie Said Business School pri Oxforskej univerzite a rozvíja tak predovšetkým americké bussiness a podnikateľské prístupy k tejto téme. Podľa

predstaviteľ a tejto školy sociálneho podnikania A. Nicholls, je zedefinovanie sociálneho podnikania problematické a nejasné, predovšetkým pre dynamickú flexibilitu jeho foriem, ktorá je príznačnou charakteristikou týchto iniciatív. Využívajú širokú škálu organizačných foriem, od charitatívnych, neziskových organizácií a organizácií tretieho sektora až po obchodné spoločnosti pri maximalizácii pridanej sociálnej hodnoty. Tento veľmi široký akčný priestor a využívanie rôznorodých spôsobuje ťažkosti pri klasifikácii sociálnych podnikov. Podľa uvedeného autora nie je kľúčová forma, a preto uprednostňuje označenie sociálne podnikanie pred termínom sociálny podnik. Sociálne podnikanie definuje prostredníctvom dvoch konštitutívnych elementov: prvým je strategické zameranie na sociálny prínos podnikania a druhým je inovatívny prístup k dosahovaniu svojej misie. Práve kombinácia sociálnej misie a podnikateľskej kreativity vytvára hlavný rozdiel (špecifiku) sociálneho podnikania oproti ostatným formám privátneho, verejného a občianskeho sektora. Sociálni podnikatelia sú predovšetkým agentmi sociálnej zmeny, ktorí svojimi aktivitami prekračujú zabehnuté inštitucionalizované a organizačné formy a prekračujú hranice sektorov (edge-cutting strategies). Ako definičné kritériá pre sociálne podnikanie vidí tri dimenzie: socialita (sociálna misia), trhová orientácia a inovácia. (Nicholls, A., in: *Social Entrepreneurship. New Models of Sustainable Social Change*. 2008).

Ak prepájanie sociálnych cieľov a podnikateľských aktivít figuruje vo väčšine definícií sociálneho podnikania, treba v tejto súvislosti upozorniť na kľúčovú úlohu inovatívnosti pri porozumení a etablovaní sociálneho podnikania. Inovácia v podnikaní znamená vývoj a aplikáciu nových modelov a techník podnikateľských aktivít a vovádzanie sociálnej zmeny. Inovatívnosť vovádza do diskusie o sociálnom podnikaní tému vzťahu (napätia) medzi formou (štruktúrou) a aktivitou (procesom) podnikania. Inými slovami, kladie otázku vzťahu medzi stabilitou organizačnej formy (sociálny podnik) a flexibilitou prekračujúcou hranice foriem podnikateľských aktivít. Flexibilita, originalita a diverzia sú hlavnými nástrojmi sociálneho podnikania ako zdroja nových a inovatívnych riešení pretrvávajúcich sociálnych problémov. Vzniká tak otázka ako možno udržať inovatívnosť a uchrániť ju pred procesmi inštitucionálneho izomorfizmu, homogenity organizačných foriem a praktík, postihujúcich tradičné podnikateľské organizácie, ako aj neziskové organizácie (Nicholls, A., tamtiež, 2008). Tento problém sa opiera o M. Weberom odhalenú tendenciu organizácií spadnúť do „železnej klietky“ konformity a inštitucionálneho izomorfizmu ako prirodzenej tendencie vývoja organizácií v procese ich inštitucionalizácie. Inými slovami, ako uchrániť inovatívnosť podnikateľských aktivít pred prirodzeným procesom inštitucionalizácie a rigidity organizačných foriem, v ktorých sa sociálne podnikanie realizuje (DiMaggio, P., Powell, W., 1983).

Sociálnym podnikom sa darí naplňať svoju sociálnu misiu a generovať multiplikačné sociálne efekty práve vďaka ukotvenosti k sociálnym potrebám komunít a dynamickej adaptácii na ich zmeny, širokému sociálnemu partnerstvu a sieťovaniu zainteresovaných subjektov. Sociálni podnikatelia preto zväčša narušujú etablované organizačné štruktúry a efektívne pracujú práve v hybridných formách, ktoré prekračujú alebo inovujú ustálené podnikateľské formy. V tom spočíva napätie medzi formou a procesom sociálneho podnikania, ktoré má praktické dôsledky do podmienok etablovania sociálneho podnikania ako

stratégie, ktorá môže priniesť pozitívne efekty v oblasti sociálneho a lokálneho rozvoja, rozvoja zamestnanosti a sociálneho začleňovania.

## **Inšpirácie pre nás**

Skúsenosti z vývoja sociálnej ekonomiky a sociálneho podnikania sú výzvou aj v našich podmienkach. Dá sa povedať, že stratégie rozvoja sociálneho podnikania išli dvoma cestami: v americkom a anglosaskom prostredí bol položený dôraz na rozvoj podnikateľských schopností a podnikateľských iniciatív (v americkom skôr posilňovanie sociálnej dimenzie v podnikaní a schopnosti sociálnu misiu transformovať do podnikateľských príležitostí). Pre vývoj vo Veľkej Británii je príznačné, že rozvoj sociálneho podnikania dostalo do gescie ministerstvo hospodárstva, ktoré pripravilo koncepčné a programové materiály na porozumenie zmyslu a možností sociálneho podnikania. Kľúčová bola podnikateľská dimenzia a lokálne partnerstvá, ktoré mohli generovať príležitosti pre sociálne podnikanie. Následne bola legislatívne vytvorená nová právna forma Community Interest Company, reprezentujúca hybridnú organizáciu medzi neziskovou a akciovou spoločnosťou, ako reakcia na potrebu organizačnej podpory rozvoja sociálneho podnikania na lokálnej úrovni.

V krajinách kontinentálnej Európy bol skôr položený dôraz na etablovanie organizačného nositeľa sociálneho podnikania – sociálny podnik. Významnou otázkou sa stala organizačná forma podporujúca sociálne podnikanie, ktorá nadväzovala na podhubie organizácií tretieho sektoru a tradícií v tej ktorej krajine. Typickým reprezentantom tohto prístupu je Taliansko, kde sa sociálne podnikanie viaže na právne definovanú formu sociálnych družstiev.

V našich podmienkach môžeme rátať s limitnými podmienkami v oboch prístupoch. Organizácie tretieho sektore vytvorili určitý organizačný rámec, ktorý má svoje skúsenosti so získavaním zdrojov, ako aj s presadzovaním sociálnej misie. Je to však ambivalentná skúsenosť, najmä v oblasti ekonomickej udržateľnosti a stability zdrojov, ako aj budovania spoločenskej dôvery k organizáciám tohto typu.

Etablovanie sociálneho podnikania je významne spätá s rozvojom podnikateľského potenciálu a podnikateľských zručností. Ide v ňom v zásade o tom, vedieť nájsť podnikateľské príležitosti aj v oblastiach tradične skôr orientovaných na verejnú podporu (zamestnávanie znevýhodnených kategórií, s hendikepom pracovnej sily, sociálne potreby lokalít, a pod.).

Podľa výskumu v Kanade sú základné podmienky pre úspech rozvoja sociálneho podnikania nasledovné faktory:

1. lokálne obyvateľstvo s určitým stupňom kohézie (živé lokálne spoločenstvo so sieťou väzieb a schopné spolupráce)
2. aktívny tretí sektor (štruktúrovanú sieť organizácií, otvorených novým potrebám a príležitostiam)
3. podnikateľský duch (podnikateľská kultúra a podnikateľské zručnosti, organizačné a manažérske spôsobilosti členov lokálnej verejnosti)
4. podpora zo strany lokálnych inštitúcií (najmä lokálna verejná správa schopná medzisektorového partnerstva a podpory projektov)



5. štátna podpora na makro úrovni (štátne inštitúcie otvorené experimentálnym formám, schopné podporovať ich a prekračovať rezortné obmedzenia)

(Favreau, L., In: Tackling Social Exclusion in Europe. 2002).

Podľa skúseností z Veľkej Británie sú kľúčové faktory pre etablovanie úspešných podnikov sociálnej ekonomiky nasledovné:

- vytvorenie širokého sociálneho partnerstva na lokálnej úrovni
- podpora zo strany rozhodujúcich lokálnych autorít
- vybudovanie funkčnej organizačnej infraštruktúry
- kvalitný manažment aktivít

(Spear, R., In: Tackling Social Exclusion in Europe . 2002).

Z vyššie uvádzaných predpokladov máme limitný potenciál v stave lokálnych spoločenstiev a ich životaschopnosti reagovať na jestvujúce potreby a schopnosti kolektívnej akcie na spontánnej aj inštitucionálnej úrovni. Ako obmedzený môžeme identifikovať aj stav podnikateľského ducha a podnikateľských zručností lokálnej verejnosti a lokálnej verejnej správy, ktorá Na druhej strane máme relatívne rozvinutý tretí sektor so skúsenosťou inovácií najmä v oblasti sociálnych služieb. Ako veľký potenciál môžeme chápať rozsah neuspokojených sociálnych potrieb, viažucich sa najmä na infraštruktúru a kvalitu životných podmienok v lokalitách.

Cesta etablovania sociálneho podnikania na Slovensku napokon išla cez legislatívne ukotvenie sociálneho podniku ako nástroja aktívnej politiky zamestnanosti. Na makrospoločenskej úrovni môžeme konštatovať prvý krok k otvoreniu priestoru pre sociálne podnikanie u nás. V novele zákona č.5/2004 Z.z.o službách zamestnanosti, prijatej v apríli 2008, bol vytvorená zákonná možnosť zakladania sociálnych podnikov na Slovensku, s účinnosťou od 1.9.2008.

Sociálny podnik je uzákonený ako nástroj politiky zamestnanosti, ktorý je definovaný ako právnická alebo fyzická osoba, ktorá

- a) zamestnáva zamestnancov, ktorí pred prijatím do pracovného pomeru boli znevýhodnenými uchádzačmi o zamestnanie v počte, ktorý predstavuje najmenej 30 % z celkového počtu jeho zamestnancov,
- b) poskytuje podporu a pomoc zamestnancom, ktorí pred prijatím do pracovného pomeru boli znevýhodnenými uchádzačmi o zamestnanie, nájsť zamestnanie na otvorenom trhu práce,
- c) najmenej 30 % z finančných prostriedkov získaných z príjmu z predmetu činnosti, ktoré zostanú po úhrade všetkých výdavkov na predmet činnosti za príslušné zdaňovacie obdobie podľa daňového priznania, každoročne použije na vytváranie nových pracovných miest alebo na zlepšovanie pracovných podmienok,
- d) je zapísaná v registri sociálnych podnikov.

Postavenie sociálneho podniku priznáva ústredie rozhodnutím na základe písomnej žiadosti právnickej alebo fyzickej osoby na dobu neurčitú. Súčasťou žiadosti o priznanie postavenia sociálneho podniku je okrem iného podnikateľský

plán vrátane kalkulácie predpokladaných príjmov, výdavkov a zisku pred rozdelením,

Na podporu fungovania sociálneho podniku sa z verejných zdrojov poskytuje príspevok. Ide o príspevok na podporu vytvárania a udržania pracovných miest v sociálnom podniku pre zamestnancov, ktorí pred prijatím do pracovného pomeru v sociálnom podniku boli znevýhodnenými uchádzačmi o zamestnanie. Príspevok poskytuje sociálnemu podniku úrad, v ktorého územnom obvode sociálny podnik vykonáva predmet svojej činnosti. Príspevok sa poskytuje počas 12 kalendárnych mesiacov najviac vo výške 50% z celkovej ceny práce, vypočítanej z priemernej mzdy zamestnanca v národnom hospodárstve. Po uplynutí 12 mesiacov, ak sa zamestnanec neumiestnil na otvorenom trhu práce, je možné poberať najdlhšie počas ďalších 12 mesiacov príspevok vo výške 40% z celkovej ceny práce.

Idete teda o typický príklad sociálneho podniku ako nástroja pracovnej integrácie s funkciou medzitrhu práce (predpokladá sa dočasné zamestnanie v sociálnom podniku na zlepšenie spôsobilosti uplatniť sa na otvorenom trhu práce). Aj keď sociálny podnik pracovnej integrácie reprezentuje najfrekventovanejšiu podobu sociálneho podnikania v medzinárodnom meradle, skrýva takáto právna úprava riziko, že sa priestor sociálneho podnikania vo povedomí širokej a odbornej verejnosti zúži iba na túto oblasť. Priestor pre rozvoj sociálnej ekonomiky má ale širší potenciál. Odborná verejnosť by si mala byť tohto rizika vedomá a presadzovať potenciál sociálnych funkcií sociálneho podnikania aj do iných oblastí verejných a sociálnych politík. Potenciál aplikácie sociálneho podnikania vidíme aj v rozvoji sociálnych služieb. Osobitný priestor sa otvára v oblasti regionálneho a lokálneho sociálneho rozvoja, kde v podmienkach decentralizovanej verejnej správy a za uplatňovania princípov participatívneho formovania programov a plánov ekonomického a sociálneho rozvoja by bolo vhodné podporiť vytváranie obecných a komunálnych sociálnych podnikov. Prvé skúsenosti s možnosťou vytvárania obecných firiem preukázali aj pilotné projekty v rámci iniciatívy spoločenstva EQUAL.

Priestor pre rozvoj inovatívnych aktivít ponúkajú aj družstevné formy sociálnych podnikov. Tu by bolo vhodné nadviazať na historickú tradíciu družstevníctva na Slovensku, ktorá už v polovici 19. storočia významne pomohla podporiť rozvoj drobného remeselníctva a roľníctva, prostredníctvom vzájomných úverových spoločenstiev. Družstevné formy spolupodielníckej vzájomnej pomoci preukázali svoju životnosť aj v súčasnom európskom priestore, keď predstavujú významnú aktuálnu podobu sociálnych podnikov. Družstevná podnikateľská a organizačná forma preukázala svoju spôsobilosť využívať zásady trhového hospodárstva a súčasne zmierňovať jeho negatívne dosahy na sociálne slabších jednotlivcov (Korimová, G., a kol., 2007).

## **Záver**

Ukotvenie sociálnych podnikov v našom právnom rámci prostredníctvom novely zákona o službách zamestnanosti od roku 2008 môžeme chápať ako otvorenie priestoru pre sociálne podnikanie na Slovensku. Vvedenie sociálneho

podniku v kontexte nástrojov politiky zamestnanosti nesie však v sebe riziko zúženia aplikovateľnosti sociálneho podnikania iba v tomto rámci. Aplikačná prax podceňuje dôležitý akcent pozitívnych skúseností zo zahraničia, predovšetkým potrebu podpory rozvíjania a posilňovania podnikateľských zručností a podnikateľského ducha potenciálnych nositeľov sociálneho podnikania, ako aj rozvíjanie sociálneho partnerstva a sieťovania na lokálnej úrovni ako významných predpokladov jeho úspešného rozvoja. Dôraz na formálno-právnu stránku (sociálny podnik) môže limitovať inovatívny prínos podnikateľských iniciatív, ktoré v sebe pestrosť foriem sociálneho podnikania a sociálnej ekonomiky môže priniesť. Špecifickým nepriaznivým fenoménom pre rozvoj sociálneho podnikania na Slovensku sa stali aj pochybnosti o transparentnosti podpory niektorých projektov sociálnych podnikov z verejných zdrojov na začiatku jeho spoločenského etablovania. To už je ale skôr otázka politická ako odborná.

### **Literatúra:**

- DEFOURNY, J., NYSSSENS, M.: Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments. WP no.08/01, EMES 2008.
- DiMAGGIO, P., POWELL, W. 1983. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. In: American Sociological Review, vol.48, s.147-160.
- KORIMOVÁ, G. 2007. Predpoklady rozvoja sociálnej ekonomiky. Banská Bystrica: UMB 2007. ISBN 978-80-8083-399-2.
- KORIMOVÁ, G. a kol. 2007. Sociálne podnikanie. Banská Bystrica: OZ Kopernikus. 2007. ISBN 978-80-89288-14-4.
- Obecné firmy. Projekt Equal. Nadácia Milana Šimečku 2007.
- Social Entrepreneurship. New Models of Sustainable Social Change. NICHOLLS, A. (ed.). 2008. Oxford: Oxford University Press 2006. ISBN-13: 978-0-19-928387-3.
- Social Enterprise. At the Crossroads of Market, Public Policies and Civil Society. NYSSSENS, M. (ed.). 2006. London and New York: Routledge 2006. ISBN 0-415-37879-6.
- Tackling Social Exclusion in Europe. (ed. SPEAR, R. a kol.) 2002. Aldershot, Ashgate 2002. ISBN 0 7546 1383 6.
- YOUNG, R. 2008. Social value and the Future of Social Entrepreneurship. In: Social Entrepreneurship. New Models of Sustainable Social Change. Oxford: Oxford University Press 2008. ISBN-13: 978-0-19-928387-3, s. 56-73.

### **Kontaktné údaje:**

*Doc. PhDr. Gabriela Lubelcová, CSc.*

Katedra sociológie

Filozofická fakulta

Univerzita Komenského

Gondova 2

818 01 Bratislava

[lubelcova@fphil.uniba.sk](mailto:lubelcova@fphil.uniba.sk)